

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan salah satu bidang jasa yang terus mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat yang membutuhkan tempat menginap yang nyaman serta pelayanan yang berkualitas. Industri ini tidak hanya berkaitan dengan penyediaan tempat tinggal sementara, tetapi juga mencakup bagaimana cara mengatur dan mengelola layanan keramahtamahan agar sebuah hotel atau tempat penginapan mampu memberikan sambutan yang baik, membuat tamu merasa diterima, dihargai, dan nyaman selama menginap (Wood, 2015).

Perjalanan sejarah industri perhotelan sendiri dapat ditelusuri sejak 15.000 SM, ketika gua *Lascaux* di Prancis digunakan sebagai tempat perlindungan bagi kelompok lain (Hollander, 2022). Sementara itu, pada abad ke-8, *Charlemagne* mendirikan rumah singgah di Eropa untuk para peziarah, yang dilengkapi dengan layanan makanan dan tempat tidur (Walker, 2017) Memasuki abad ke-20, konsep hotel mewah mulai berkembang pesat, ditandai dengan hadirnya hotel-hotel prestisius seperti *Waldorf Astoria* di *New York*, *Ritz* di *Madrid*, dan *Savoy* di *London*. Tren ini terus berlanjut hingga era modern saat ini, di mana semakin banyak perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan bermunculan.

Perubahan perilaku konsumen pasca pandemi COVID-19 turut membentuk arah baru dalam industri ini. Dengan meningkatnya tren *staycation*, banyak hotel berlomba-lomba menyesuaikan fasilitas dan layanan mereka untuk menjawab kebutuhan keluarga yang ingin berlibur tanpa harus bepergian jauh. Segmen keluarga kini menjadi target pasar yang semakin penting, karena mereka mencari kenyamanan, keamanan, serta pengalaman menginap yang menyenangkan bagi seluruh anggota keluarga dalam satu tempat.

Menanggapi tren tersebut, berbagai hotel mulai menghadirkan fasilitas yang ramah keluarga, seperti *family package promo*, area bermain anak, hingga layanan kuliner yang disesuaikan dengan kebutuhan anak-anak dan orang dewasa. Salah satu hotel yang berhasil menangkap peluang ini adalah JHL Solitaire Gading Serpong. Di tengah persaingan dengan hotel-hotel ternama lainnya di kawasan Tangerang, JHL Solitaire berhasil menempatkan dirinya sebagai hotel bintang lima berkat kombinasi antara desain arsitektural yang megah, fasilitas yang lengkap, dan yang paling mengesankan adalah layanan *personalized service* yang menjadi ciri khas dari JHL Solitaire Gading Serpong.

JHL Solitaire Gading Serpong kini menjadi ikon kemewahan di kawasan Tangerang. Pemilihan lokasi di kawasan Gading Serpong bukan tanpa alasan, kawasan ini dikenal sebagai salah satu area yang berkembang pesat dengan populasi kelas menengah ke atas yang terus meningkat, serta dilengkapi dengan pusat bisnis, pendidikan, kuliner, dan hiburan. Letaknya yang strategis di antara Jakarta dan Bandara Soekarno-Hatta menjadikan Gading Serpong sangat ideal untuk menjangkau berbagai segmen, khususnya keluarga yang mencari alternatif *staycation* nyaman dan mewah tanpa harus keluar kota.

Tidak hanya kamar hotel, terdapat beberapa *outlet* yang dinaungi oleh JHL Solitaire yaitu; *Mangan All Day Dining, Empress China Bar, Royal Eight, Le Bleu, Al Gusto Italian Dining and Bar, dan Le Mere*. Perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan juga memiliki kompetitor yang cukup ketat persaingannya. JHL Solitaire sendiri bersaing dengan beberapa perusahaan hotel seperti Hotel Santika, Atria Hotel Gading Serpong, dan masih banyak lainnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1.1 Bangunan JHL Solitaire Gading Serpong
Sumber: Data Perusahaan, 2025

Dalam menghadapi persaingan industri perhotelan yang semakin ketat, JHL Solitaire Gading Serpong tidak hanya mengandalkan kemewahan fasilitas dan pelayanan unggulan, tetapi juga strategi pemasaran yang efektif. Di era digital, kehadiran hotel dalam kanal pemasaran, terutama media sosial menjadi kunci dalam menarik perhatian calon tamu dan membangun loyalitas pelanggan. Marketing communications berperan penting dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan oleh audiens terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Fill & Turnbull, 2023).

Di JHL Solitaire, strategi ini diimplementasikan melalui berbagai platform digital, salah satunya media sosial. Untuk mendukung hal tersebut, peran *Social Media Specialist Intern* dibutuhkan dalam pengelolaan strategi pemasaran digital. Tugasnya mencakup pembuatan *content plan*, *content calendar*, pengelolaan akun media sosial, pendekatan kepada *Key Opinion Leader (KOL)*, serta produksi konten yang memperkuat citra JHL Solitaire sebagai destinasi menginap mewah di Tangerang.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang yang saya lakukan di JHL Solitaire Gading Serpong memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran aktivitas dunia kerja sebagai *social media specialist* terhadap bidang perhotelan. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini memiliki tujuan sebagai:

1. Mempelajari dan menerapkan jobdesc *Social Media Specialist* secara langsung, seperti melakukan *content planning*, *content taking*, penjadwalan posting, hingga *monitoring* performa media sosial.
2. Mengimplementasikan konsep-konsep *Social Media Marketing* yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik kerja magang di lapangan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang dilakukan pada 09 Januari 2025 hingga 07 Juli 2025, sesuai dengan ketentuan yang ada pada panduan MBKM Magang Track 1 dan arahan dari Program Studi, pelaksanaan magang di JHL Solitaire Gading Serpong berlangsung selama 6 bulan dengan durasi waktu minimal 640 jam kerja. Ada pun periode magang dimulai pada Kamis, 09 Januari 2025 dengan jadwal sebagai berikut:

Hari kerja : Senin–Jumat

Jam kerja : 09.00 – 18.00 WIB

Sistem kerja : WFO (Work From Office)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via luring di *Lecture Theatre*.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta mengajukan transkrip nilai sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di *e-mail* untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan *submit form* KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta mengajukan transkrip nilai sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 6) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di *e-mail* untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 7) Mengisi dan *submit form* KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 8) Selanjutnya, mengunduh *form* KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

- 9) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta mengajukan transkrip nilai sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
 - 10) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di *e-mail* untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
 - 11) Mengisi dan *submit form* KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
 - 12) Selanjutnya, mengunduh *form* KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.
- B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang
- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengirim *Curriculum Vitae (CV)* pada tanggal 11 November 2024 melalui *G-Mail*.
 - 2) Proses *interview* untuk praktik kerja magang di JHL Solitaire Gading Serpong dengan menerima pesan undangan *interview* melalui *Whatsapp* perusahaan pada tanggal 18 November 2024. Serta mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 2 Desember 2024 yang ditanda tangani oleh *Human Capital*, Ibu Ghea Narani.
- C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang
- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *social media specialist*.
 - 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Marketing Communications Manager* Ibu Desti Marlina dan *Social Media Specialist* Ibu Tami Wulandari selaku Pembimbing Lapangan.
 - 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar

penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ibu Intan Primadini selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan luring.
 - 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
 - 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM- 07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.
 - 4) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM- 07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerjamagang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.
- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

